

## SOBRE LA RELEVANCIA DE QUIÉN PAGA EL IMPUESTO \*

Fernando Solís Soberón

*Instituto Tecnológico Autónomo de México*

*Resumen:* Se presenta un modelo de comercio internacional con competencia imperfecta para mostrar que en ausencia de discriminación de precios es relevante qué agente económico paga el arancel. El análisis señala que los efectos de protección (o apertura) no son uniformes para todas las industrias, e incluso pueden no existir.

*Abstract:* This paper presents a model of international trade with imperfect competition to show that in the absence of price discrimination it matters which economic agent pays the tariff. The analysis indicates that the effects of trade protection (or liberalization) are not uniform across industries, and that they could even not exist.

### 1. Introducción

Hay consenso entre los economistas de que los efectos de un arancel no dependen de qué agente económico (productores o consumidores) sea responsable de pagar el impuesto. Esto se debe a un teorema muy conocido, el cual establece que en un mercado perfectamente competitivo los efectos en precios relativos, cantidades e incidencia son los mismos, independientemente de quien pague.

En este ensayo se presenta un modelo de dos países y dos empresas, para mostrar que este teorema no se extiende a otros tipos de estructura de mercado. Al analizar los efectos de la política arancelaria en el bienestar encontramos que éstos dependen de la forma en que se cobra el impuesto. Este resultado muestra que los efectos de la protección (o de la apertura

\* Agradezco los comentarios y sugerencias de Charles Holt y de un dictaminador anónimo.

comercial) no son los mismos en las diferentes industrias. Más aún, en ciertas condiciones puede ser recomendable proteger a distintas tasas, diferentes ramas de actividad económica.

A pesar de que en los modelos de competencia imperfecta es importante quién paga el arancel, diversos artículos sobre comercio internacional bajo competencia imperfecta no señalan la sensibilidad de sus resultados al modo en que se incorpora el arancel (o costo de transporte) al modelo. Algunos, como Shilony (1977) y Fischer y Wilson (1987), consideran situaciones en que el pago lo hacen los consumidores y otros en que lo cubren los productores, como Baye y De Vries (1987), por ejemplo.

La especificación más común de estos modelos considera un duopolio de productos homogéneos, donde las empresas se encuentran localizadas en distintos países (o regiones). Estas empresas venden a consumidores de ambos mercados, y los productores o consumidores pagan un arancel (o incurrir en un costo de transporte).

Existen mercados en los cuales los consumidores compran (preponderantemente) en el lugar en que se encuentran las empresas, otros en que los productores venden en el lugar de origen de los demandantes. Por esto, hay dos formas de incorporar el impuesto: que las empresas cobren un precio FOB y sean los consumidores los que paguen el arancel al comprar en el mercado en que se localice el vendedor, o que los productores transporten sus mercancías al lugar de origen del consumidor, pagando el arancel.

Los efectos del impuesto varían con el tipo de especificación (como se muestra más adelante) únicamente si los oferentes son incapaces de discriminar en precios, i. e., de practicar *dumping*. Por esto, debemos distinguir entre los mercados de tipo integrado de los de tipo segmentado (Helpman 1984). En la literatura de comercio internacional se denominan mercados de tipo integrado aquéllos en los que, por alguna razón, no es factible que los vendedores cobren distintos precios en los diversos mercados. En contraste, los mercados segmentados son aquéllos en los que esto sí es posible, y las empresas optan por diferentes estrategias en distintas regiones si esto las beneficia.

El trabajo se organiza de la siguiente forma: en la segunda sección se presenta la estructura del modelo. En la tercera, se analiza el caso en el que los productores pagan el arancel y en la cuarta, el caso en que los consumidores lo pagan. En la quinta sección se presenta un análisis de la sensibilidad de los resultados de bienestar social al tipo de especificación. En la última sección se resumen las conclusiones importantes y se discute su importancia en la instrumentación de la política comercial.